

de mercado em termos de igualdade”.

Prós e contras — Os banqueiros privados reconhecem que o BB mudou para melhor. “Hoje, ele opera dentro do mais moderno espírito empresarial”, diz um dos diretores do Banco Itaú América, de São Paulo. “Conte o crescimento do número de funcionários (26 000 em 1961 contra 42 000 em 1968 e 1969), partiu para a racionalização e mecanização mais acelerada dos serviços”, continua o diretor. “Através de cursos, deu um alto grau de especialização e eficiência a seu pessoal. Isto, mais a excelente rede de agências que desenvolveu, lhe deu as condições necessárias para prestar um ótimo serviço aos clientes.” Contra essa eficiência, os banqueiros garantem que podem lutar. “Mas, contra os privilégios, é impossível.” Quais são os privilégios? “Básicamente”, responde Teophilo, “o fato de o BB centralizar as operações governamentais (seu maior cliente é a União) e o de ser destinatário dos depósitos voluntários dos demais bancos (27% de depósito compulsório feito pelos bancos particulares no Banco Central fica à disposição do BB).” Poder abrir agências sem precisar de carta-patente, como acontece com os particulares, é outro privilégio, dizem os banqueiros.

“Se as coisas continuarem assim, em 1985 chegaremos ao monopólio estatal do crédito”, argumenta um diretor de poderoso banco mineiro. Menos preocupado em aliviar as apreensões dos banqueiros competidores e muito interessado em responder às acusações de privilégio, diz Nestor Jost: “O primeiro item básico não é nada mais do que a contraprestação dos serviços que o BB oferece ao governo, como seu agente financeiro. Nossos balancetes mensais demonstram posições que mais freqüentemente se nivelam do que nos favorecem”. Teophilo evita o “knock-down” e revida: “Hoje, a cobrança dos tributos também é feita pelos bancos privados. Nada mais justo que os depósitos permanecessem por mais tempo nos bancos que os coleta”. Quanto ao segundo ponto, Jost afirma que “sobretudo a necessidade de manutenção de saldos líquidos para atender à compensação de seus cheques é que leva o sistema a depositar no BB seus excedentes de caixa. Se é verdade que o BB recebe os depósitos voluntários da rede bancária, ele presta, por outro lado, serviços gratuitos aos estabelecimentos de crédito com a compensação de cheques”. Quanto à expansão, desmente Jost que o BB pretenda abrir 334 novas agências, como se anunciava. “Na verdade, existem criadas e em fase de instalação 97 agências, mais de 90% delas nas regiões pioneiras.” Com ou sem gravata borboleta — dispensa-se a voz estridente e a gesticulação forçada —, espera-se que um juiz ponderado decida sobre o destino desta luta. ○

CARROS

Assim o preço cai

É possível que o atual mercado de automóveis realize um velho sonho do consumidor: carros mais baratos. E a mais recente e emocionante batalha, entre a Variant e a Belina, é a prova disto. Segundo Richard Lindgreen, diretor de vendas da Ford, “os modelos perua ‘station-wagon’ normalmente custam mais caro que os automóveis convencionais. O normal seria que o mesmo acontecesse no Brasil. Mas não foi assim”. Por exemplo, a Volkswagen preferiu vender a Variant, uma perua praticamente de luxo, a preço não só inferior ao 1600 de luxo, mas, ainda, igual ao do standard. (Em março, a Variant estava sendo vendida por 15 931 cruzeiros novos, enquanto o 1600 standard e luxo estavam tabelados, respectivamente, por 15 886 e 17 685 cruzeiros novos.)

A estratégia da Volkswagen, para garantir uma significativa parcela do mercado que deixou de ser atendida com a



Na competição de Leiding (à esquerda) e Lindgreen os preços acabaram caindo

suspensão da produção de Vemaguets DKW, trouxe duas conseqüências importantes: primeiro, condicionou os preços da Belina, a perua da Ford; depois, com os preços mais acessíveis, assegurou antecipadamente o sucesso comercial dos dois novos produtos.

Ainda vai melhorar — A Volks já está fabricando duzentas peruas por dia e a Ford, até o fim do mês, chegará às cem. Mesmo assim, nenhuma das duas consegue atender a todos os pedidos dos revendedores. Além disso, é possível prever para os dois veículos dias ainda mais felizes. Lindgreen diz que os “station-wagons”, em outros países, costumam atender a 20% dos compradores de carros comuns de passageiros. Se o mesmo fato ocorrer no Brasil, as peruas terão seguramente um mercado anual de 60 000 a 80 000 compradores.

O sucesso da Variant deve reforçar em 1970 a liderança da Volkswagen na indústria nacional de automóveis. Mesmo os 18 milhões de cruzeiros novos que estão sendo aplicados neste ano na Ford não provocarão, de imediato, um aumento vertiginoso de produção, pelo menos a ponto de ameaçar seriamente a Volks.

Mil carros por dia — esta a produção total da Volkswagen prevista para 1970; 250 será a da Ford, até o fim do ano. Rudolf Leiding, presidente da Volkswagen, não esconde sua euforia: “A Variant foi uma jogada de sucesso total. Nossa situação no mercado melhorou sensivelmente e uma prova disso é que, neste primeiro semestre, vendemos mais 24,2% do que no mesmo período em 1969”. ○

Um Puma em NY

A atual política agressiva de exportação tem toques de deliciosa audácia. Tentar vender um carro esporte brasileiro nos Estados Unidos, o maior produtor de automóveis do mundo, não deixa de ser uma intenção de extrema ousadia. Mas pode ser também um excelente negócio. Os fatos comprovam rapidamente: hoje, os carros importados, principalmente da Volkswagen, Fiat e das japonesas Toyota e Datsun, chegam a atingir 12% do mercado americano. Esta a fatia que o Puma vai disputar. Apresentado no Salão Internacional do Automóvel, que se encerrou na semana passada em Nova York, ao lado de fantásticos modelos (veja página ao lado), o Puma portou-se com invulgar brilhantismo. Luiz Roberto da Costa Alves, diretor da Puma, misturando o entusiasmo de bons negócios à vista com um certo fervor patriótico, dizia na abertura do Salão: “Esta é a primeira vez que a nossa indústria automobilística leva divisas dos Estados Unidos para o Brasil”.

Os entendimentos entre a Puma e a importadora Weston International Corporation começaram há meses. De uma viagem de um dos diretores da firma americana, Michael Gerstel, ao Brasil resultou o acerto de uma remessa inicial de 25 carros, que seria aumentada em curto prazo até atingir cem por mês. Diz Luiz Garcia, nosso correspondente em Nova York: “A apresentação do Salão, porém, fez os americanos mudarem de idéia — pela reação do público nos três primeiros dias de exibição, passaram a pedir, já de início, cem carros por mês”. É claro que os produtores brasileiros terão de adaptar seus planos para cumprir o pedido. Para isso, deverão entrar em acordo com a Volkswagen, produtora de seus chassis. Na semana passada atribuíam-se aos atrasos da Volks as dificuldades por que passou o Puma até chegar ao Salão. Ela teria agido assim porque teme a concorrência do Puma (que também será vendido no mercado americano por 3 900 dólares) com o Porsche, produzido pela Volks alemã. Mas Rudolf Leiding, presidente da Volkswagen brasileira, declarou em entrevista concedida ao repórter de VEJA Hélio Gama: “Continuaremos a vender chassis para que a Puma possa exportar”. ○



Mesmo ao lado de modelos europeus e americanos, o brasileiro Puma fez sucesso no Salão Internacional do Automóvel de Nova York

Duas grandes vedetes: o Plymouth Superbird, a nova fera das pistas americanas (à esquerda) e a Ferrari 512 S, desenhada por Pininfarina

O Corvette da General Motors, o carro americano mais parecido com os GTs europeus, apresentou um protótipo com motor entre-eixos



FOTOS: MARIO CRAVO NETO

